栩野正喜の勁草塾＃1・・「勁草」について

近年は、時代スピードが格段に速まり、
その上、国の内外の政治情勢も予測不能な時代となり、
急激な変化に対応する「**勁草**」のような人材が必要になっています。

弊社は
「**変われない**なら**変われる**ようにしましょう」
という信念で創業30年を迎えました。

「**勁草**」という言葉との出会いはサラリーマン時代に
日本IBMの阪上浩氏が講師されていたセミナーのタイトルで知りました。

「疾風勁草」と4字熟語ですが
・「疾風」は激しい風
・「勁草」は丈夫な草

人の評価は厳しい状況に陥った時に分かるという意味で
「疾風に勁草を知る」
と表現することが多いです。

平時はおとなしい人が望ましいですが、
おとなしい方は「**変化**」に順応することが苦手という方が多いのです。

「**未知**」への挑戦

あなたを交えて周囲に「行動力」のある方がいらっしゃるでしょうか？

右掲は「改善の四人衆」ですが、
「トンでもない発想」を「出来るとヒラメキ」
それを実現するまで「トコトン」やる抜き、
さらに、他の人に「横展開」
の構図です。

改善の四人衆
1. トンでもないことを言い出す人
2. それを出来るとヒラメク人
3. ヒラメキをトコトン実践する人
4. その実践を横展開する人

40年ほど前に、あるトヨタ系販売店であった話ですが、
営業会議で**社長が「トヨタ冬の時代」と嘆いて**、念願の高級車「アリスト」が売れないことへの意見を幹部社員に求めたのです。

20数名いた営業幹部は「**社長のおっしゃる通り**」と「売れない理由」を並べたが、
内勤の方が「社長が言うからと売れない理由を言うのはおかしい。アリストの他に売るものを仕入れられるのなら問題がないが、できないなら『**売れるように好きになる**』しかない」と発言した際に、一瞬、シーンとしたが社長が「**俺が乗る**」と言って先鞭をつけたのです。

結局、試乗車3台を作って全員が試乗体験して、自分の言葉で話し始めたのです。

効果はてきめんでアリスト販売で日本一になり
市場規模で換算すると東京のトヨタ直営店の10倍
という効果を発揮したのです。

トヨタはこの成功事例を横展開して「試乗車」を普及させました。

つまり、「好きになるしかない」と人がいて「俺が乗る」と応じた
「**啐啄同時**」
がポイントだったのです。

「好きこそものの上手なれ」と言いますが、
好きになったアリストを自分の言葉でお客様に話すので説得力が高い
と実感したのです。

疾風:「トヨタ冬の時代」
勁草:「好きになるしかない」と言った社員

優秀な社員でも「お墨付き」でないと「トンでもない発想」を言い出すと
組織内で浮いた状況になります。

「共創」と言いますが一緒に新しい時代を切り拓くには
「共育」で支援する方と一緒に歩む必要があります。

ともかく、「**変われない**なら**変われる**ようにしましょう」
この視点で次号から「勁草」について事例を挙げながらご紹介します

【勁草塾のバックログはホームページにあります！】